

Jurnal Darussalam; Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam
 Vol. XI, No 1:76-94. September 2019. ISSN: 1978-4767 (Cetak), ISSN: 2549-4171(Online)
 Terakreditasi Nasional. SK. No.21/E/KPT/2018

PROSES DISEMINASI INFORMASI TENTANG PEMILIHAN KEPALA DAERAH (PILKADA) KOTA PADANG TAHUN 2018 DALAM RANGKA MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMILIH

Ilham Firdaus, Asmawi, Asrinaldi
Universitas Andalas (Unand) Padang
 Email: ilhamfirdaus293@gmail.com

Abstract

This research describes and analyzes the communication model carried out in the implementation of the process of disseminating the election of the Regional Head (Pilkada) of the City of Padang in 2018 in order to increase voter participation. This study uses the concept of excellence theory according to Grunig and Hunt, where in increasing voter participation in regional elections can be seen from various models, namely first: the press agency model Second: public information Third: two way asymmetric and fourth: two way symmetric. This research uses the post-positivism research paradigm with qualitative methods and the type of case study approach. The process of data collection is done through interviews and documentation. The results showed that election dissemination carried out by one-way method, media, and face-to-face with emphasis on dialogue as a model of communication conducted turned out to be able to deliver messages to the effect to the community. Therefore, the message of the election delivered uses a cultural approach that was built by prioritizing face-to-face and media as an effort to increase community participation in regional elections.

Keywords: Disemination, Participation, Excellence Theory

Abstrak

Penelitian ini mendeskripsikan dan menganalisis model komunikasi yang dilakukan dalam pelaksanaan proses diseminasi pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Padang Tahun 2018 guna untuk meningkatkan partisipasi pemilih. Penelitian ini menggunakan konsep Excellence Theory menurut Grunig dan Hunt, dimana dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pilkada dapat dilihat dari berbagai model, yaitu pertama: model press agency. Kedua: public information. Ketiga: two way asymmetric. Dan, keempat: two way symmetric. Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian post positivism dengan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus. Proses pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diseminasi pemilu yang dilaksanakan dengan metode satu arah, bermedia, dan tatap muka dengan mementingkan dialog sebagai model komunikasi dapat menyampaikan pesan secara efektif kepada masyarakat. Oleh karena itu, pesan pemilu yang disampaikan menggunakan pendekatan budaya yang dibangun dengan mengedepankan tatap muka dan media sebagai upaya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam Pilkada.

Kata Kunci : Diseminasi, Partisipasi, Excellence Theory

A. Pendahuluan

Bertepatan tanggal 27 Juni 2018 merupakan hari yang penting bagi seluruh masyarakat Indonesia untuk keberlanjutan bangsa ini kedepannya. Lima tahun ke depan akan menjadi faktor penentu tercapainya masyarakat yang sejahtera, aman, tentram, dan adil. Tepatnya pada hari Rabu, 171 daerah ikut terlibat dalam pesta demokrasi Pilkada. Di Sumatera Barat, Selain pemilihan umum legislatif dan eksekutif pada tahun 2019 mendatang, pemilihan kepala daerah juga telah dilaksanakan di empat kota pada tahun 2018, yaitu Kota Padang, Kota Padang Panjang, Kota Sawahlunto, dan Kota Pariaman. Di Kota Padang sendiri pelaksanaan Pilkada langsung pada tanggal 27 Juni 2018, yaitu pemilihan Wali Kota dan Wakil Wali Kota yang diikuti oleh Dua pasang kandidat yaitu Emzalmi-Desri dan Mahyeldi-Hendri. Dua pasang calon telah berjuang dan masyarakat telah menentukan pilihannya.

Sebelum Pilkada dilaksanakan, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang terus mensosialisasikan Pilkada 2018 untuk meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilihan Wali Kota dan Wakil Wali Kota Padang. Sosialisasi terus diselenggarakan sebelum menghadapi pemungutan suara tanggal 27 Juni 2018. KPU berharap, dengan adanya sosialisasi ini tingkat partisipasi pemilih pada Pilkada menjadi meningkat. Dalam komunikasi politik, terutama bagi lembaga penyelenggara Pilkada, setiap informasi yang diberikan diharapkan mampu untuk mempengaruhi sikap dan opini masyarakat. Formula Lasswell menyebutkan *who say what in which channel to whom what effect*, yang artinya adalah siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek seperti apa. Elemen *who* (siapa) dalam formula tersebut adalah aktor politik, *says what* (mengatakan apa) adalah pesan politik, *channel* (saluran) adalah media sosial, *to whom* (kepada siapa) adalah masyarakat, dan *effect* (akibat) adalah dampak dari komunikasi politik, yaitu sikap dan pilihan masyarakat (Mahi, 2011:06).

Dari hasil pemutakhiran data pemilih, jumlah rekapitulasi daftar pemilih tetap (DPT) yang akan memberikan suaranya pada Pilkada Kota Padang 2018 ini sebanyak 535.265 pemilih. Dari jumlah DPT tersebut pemilih yang memberikan hak suaranya sebanyak 341.281 pemilih atau 63,76 persen. Jika dibandingkan

dengan hasil rekapitulasi Pilkada Kota Padang tahun 2014, dari 560.723 pemilih yang menggunakan hak pilih hanya 296.003 orang atau 52,79 persen. Untuk hasil lengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1
Jumlah total penghitungan suara pada Pilkada langsung di Kota Padang
Tahun 2018

Pilkada	Partisipasi	Persentase
2014	296.003 Pemilih	52,79 %
2018	535.265 Pemilih	63,76 %

Sumber: Diolah dari KPU Kota Padang. 2018

Hasil Pilkada tersebut memperlihatkan dengan jelas bahwa salah satu tujuan misi KPU Kota Padang berhasil dilaksanakan, kekhawatirannya adalah sikap percaya diri berlebihan akan menimbulkan kesan arogan dari kalangan KPU itu sendiri, akibatnya banyak pihak tidak respek kepada KPU, meski mereka tidak bisa menutup mata bahwa Pilkada Kota Padang 2018 telah berlangsung sukses. Maka disinilah peran internal KPU Kota Padang dalam menyampaikan hasil kerjanya, dimana komunikasi berguna untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat (Hafied, 2011:27). Dari kasus tersebut terlihat bahwa KPU adalah lembaga yang ditetapkan sebagai penyelenggara pemilu, apa langkah strategis yang harus ditempuh agar rakyat kembali percaya bahwa KPU tidak saja sah secara formal menjadi penyelenggara pemilu, tetapi juga mempunyai kapasitas dan kredibilitas untuk menyelenggarakan Pilkada. Dan yang tidak kalah penting adalah bagaimana memberikan penguatan kepada KPU sebagai lembaga yang memproduksi pejabat-pejabat negara, baik yang duduk di legislative maupun di puncak eksekutif, lokal maupun nasional.

Banyak langkah yang bisa ditempuh untuk mengembalikan kredibilitas sekaligus penguatan KPU selaku penyelenggara pemilu. Namun, di antara langkah-langkah tersebut, penyusunan pola komunikasi di internal KPU merupakan langkah yang sangat strategis. Setidaknya terdapat beberapa alasan mengapa penyusunan pola komunikasi penyelenggara pemilu menjadi sangat strategis untuk mengembalikan kredibilitas sekaligus memberikan penguatan kepada lembaga penyelenggara pemilu itu sendiri. Pertama, bahwa Pilkada diselenggarakan oleh suatu komisi pemilihan umum, maka hal tersebut

menunjukkan bahwa KPU merupakan Lembaga yang sangat besar pengaruhnya terhadap proses penyelenggaraan negara. Oleh karena tugasnya yang demikian penting dalam memproduksi pejabat negara, maka posisi, fungsi, tugas dan wewenang, serta pengorganisasian KPU dan pengawas pemilu perlu diatur oleh orang-orang yang memiliki kredibilitas tinggi. Kedua, praktek penyelenggaraan Pilkada Kota Padang 2018 menunjukkan banyaknya kelemahan dalam diri KPU Kota Padang selaku penyelenggara pemilu. Beberapa kelemahan itu antara lain adalah jumlah anggota KPU yang tidak sebanding dengan beban kerja. Sehingga akan terdapat banyak kesulitan-kesulitan ketika proses sosialisasi dilaksanakan.

Masalah-masalah yang terlihat dalam Pilkada Kota Padang tahun 2018 adalah bagaimana pola komunikasi KPU kota Padang dalam mewujudkan visi dan misinya, karena hal tersebut akan berdampak kepada proses sosialisasi yang berakibat masih terlihat adanya masyarakat yang tidak mengetahui proses Pilkada itu sendiri. Terbukti jumlah warga yang menggunakan hak suaranya di Padang hanya 63,76 persen dari 535.265 pemilih yang terdaftar, berarti hanya 318.801 orang yang menyalurkan hak suaranya. Disini terlihat jelas bahwa pola komunikasi organisasi KPU sangat berarti bagi internal KPU dan masyarakat dalam penyelenggaraan Pilkada. Tanpa komunikasi organisasi yang baik, sosialisasi tidak akan berjalan dengan maksimal, akhirnya masyarakat akan mengalami kebingungan. Berdasarkan permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu Bagaimana Proses Diseminasi Informasi tentang Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Padang Tahun 2018 dalam Rangka Meningkatkan Partisipasi Pemilih.

B. Landasan Teori

Tinjauan Kehumasan

Hubungan masyarakat (Humas) atau *Public Relations* merupakan disiplin ilmu komunikasi yang salah satunya mempelajari bagaimana membina hubungan saling pengertian antara instansi dengan publiknya. Untuk memperoleh dan membina hubungan baik antara KPU sebagai lembaga dan publik dengan tujuan untuk menjalin kerjasama yang produktif. Selain dengan adanya faktor kesenjangan dalam menciptakan hubungan baik, hal ini juga dimaksudkan agar

hubungan baik yang telah terjalin dapat terjaga dengan baik. Menurut Black dalam (Effendy, 2004:39) mengungkapkan ada empat tujuan humas pemerintah yaitu:

1. *To keep citizen informed of the council's and its day-by-day activities* (menjaga agar masyarakat tetap mendapatkan informasi yang jelas mengenai kebijakan lembaga serta kegiatannya sehari-hari).
2. *To give them opportunity of expressing views on important new projects before final decisions are taken by the council's* (Memberi kesempatan kepada masyarakat untuk menyatakan pandangannya mengenai kebijakan program pemerintah yang baru, sebelum lembaga mengambil keputusan).
3. *To enlighten citizens on the way in which the system of government works and to inform them of their rights and responsibilities* (Memberi pencerahan kepada masyarakat mengenai cara pelaksanaan sistem pemerintahan sekaligus memberikan informasi kepada masyarakat mengenai hak-hak dan tanggungjawabnya).
4. *To promote a sense of civic pride* (Mengembangkan rasa bangga sebagai warga Negara)

Masyarakat Kota Padang yang telah memiliki hak pilih merupakan target diseminasi pemilu yang dilaksanakan oleh KPU Kota Padang, tujuannya untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya menggunakan hak pilih saat pemilu digelar. Partisipasi dalam pemilu erat kaitannya dengan seberapa banyak masyarakat yang terdaftar di DPT menggunakan hak pilihnya pada saat pemungutan suara. Karena perolehan suara menentukan siapa calon Kepala Daerah yang akan terpilih menjadi pemimpin nantinya. Diseminasi pemilu adalah salah satu cara yang dilaksanakan oleh humas untuk melakukan pendidikan pemilih kepada masyarakat Kota Padang.

1. *Excellence Theory*

Excellence Theory adalah model komunikasi yang dapat digunakan oleh KPU Kota Padang dalam rangka mendiseminasikan kegiatan-kegiatan kepemiluan yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya berpartisipasi dalam pemilu. Model ini merepresentasikan

keseimbangan dan kepentingan antara organisasi dan publiknya (Kriyantono, 2014:105). Adapun asumsi dan pendekatan dari masing-masing model dalam *Excellence Theory* ini adalah sebagai berikut:

2. *Press Agency*

Model agen Pemberitaan (*press agency*) ini adalah suatu pendekatan dalam kegiatan *Public relations* yang ditujukan untuk propaganda. Dengan sifat komunikasinya yang hanya satu arah dan hanya memikirkan keuntungan untuk perusahaan atau organisasi saja. Berikut hal-hal yang menunjukkan ciri-ciri dari propaganda (Kriyantono, 2014:90).

- a. Tujuan dari penggunaan model ini adalah untuk propaganda dan publisitas untuk menarik perhatian media khalayak.
- b. Sifat komunikasi hanya satu arah yaitu, organisasi kepada masyarakat.

3. *Public Information*

Public Information adalah sebagai suatu model kehumasan yang dapat dilakukan untuk menunjang kegiatan pemerintah untuk memberikan informasi kepada masyarakatnya, terkait program yang akan dijalankan. Tujuan dalam model *public information* ini adalah untuk *dissemination information*. Berikut hal-hal yang menunjukkan ciri-ciri dari *dissemination information* (Kriyantono, 2014:93). a) Komunikasi kepada publik melalui media massa dan tidak memerlukan bayaran berisi suatu pesan untuk memberitahukan kegiatan usahanya. b) Menggunakan siaran pers dan alat komunikasi satu arah lainnya untuk mendistribusikan informasi dari organisasi kepada publik. c) Tujuan menyebarkan pesan tergantung masing-masing perusahaan, ada yang ingin mengcounter pendapat umum, ada yang hendak menciptakan citra positif, dan ada pula yang ingin membina hubungan baik dengan publik ke dalam dan ke luar. Tujuan akhirnya ialah minimal tidak ada merugikan dan maksimal memberi keuntungan bagi suatu lembaga atau perusahaan.

Two Way Asymmetric

Model komunikasi ini sudah menerapkan komunikasi dua arah. Komunikasi ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi dan umpan balik dari

publik. Adapun umpan balik tersebut lebih diarahkan pada strategi komunikasi organisasi untuk mempengaruhi publik untuk beradaptasi dengan organisasi. Dengan kata lain organisasi memiliki kepentingan yang tinggi terhadap publiknya. *Model Two Way Asymmetric Communication* ini adalah suatu model komunikasi persuasif. Agar persuasif berjalan dengan baik, maka organisasi perlu mengetahui sikap dan karakter publiknya. Berikut hal-hal yang menunjukkan sifat komunikasi dari model ini (Kriyantono, 2014:95).

1. Komunikasi berjalan dua arah antara organisasi dengan publik agar saling terbuka yang diarahkan untuk membantu terciptanya tujuan organisasi.
2. Komunikasinya tidak seimbang karena demi terciptanya tujuan organisasi, organisasi berharap publik dapat berubah dan menyesuaikan diri tanpa ada perubahan dari organisasi itu sendiri.

Two Way Symmetric

Menurut *Fawkes* model komunikasi dua arah ini adalah suatu bentuk komunikasi yang mengutamakan dialog dengan publiknya serta fokus untuk membangun hubungan dan pemahaman bersama (Kriyantono, 2014:96). Dengan kata lain, organisasi tidak memandang publik sebatas penerima yang pasif, melainkan publik dapat bertukar peran sebagai sumber informasi.

Penelitian Sebelumnya yang Relevan.

Supaya penulisan ini lebih terarah, maka untuk itu perlu sekali konsep yang dapat digunakan dalam penelitian ini sebagai acuan dari analisis permasalahan yang akan diteliti. Sebelumnya telah banyak penelitian-penelitian yang meneliti mengenai proses diseminasi dalam Pilkada. Diantaranya yaitu, penelitian yang dilakukan oleh M. Yusuf (Yusuf., 2010), yang meneliti tentang Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam Pendidikan Politik. Aspek-aspek yang dilihat dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana peran KPU dalam memberikan sosialisasi dan pendidikan pemilih yang melibatkan pihak universitas dan lembaga swadaya masyarakat yang berorientasi pada kepentingan masyarakat sipil. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan tipe deskriptif. Unit analisis penelitian ini adalah lembaga Komisi Pemilihan Umum (KPU). Sedangkan teknik pengambilan informan dilakukan secara

purposive sampling. Adapun teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan wawancara dan observasi yang mendukung penelitian.

Ada juga penelitian yang telah dilakukan oleh Bismar Arianto (Bismar, 2011), dalam jurnal yang berjudul Analisis Penyebab Masyarakat Tidak Memilih dalam Pemilu. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Unit analisisnya adalah Pilkada Gubernur di Kepulauan Riau. Adapun teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan wawancara dan observasi yang mendukung penelitian. Dan, unit analisis dalam penelitian ini adalah institusi dan masyarakat.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif berusaha mengeksplorasi nilai sosial individu atau kelompok dalam menghadapi masalah. Peneliti berpendapat bahwa dengan menggunakan metode kualitatif ini dapat menggambarkan model komunikasi organisasi KPU Kota Padang dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus merupakan sebuah penjelasan dari sistem yang terkait dari waktu ke waktu melalui pengumpulan data yang mendalam serta melibatkan berbagai sumber informasi yang kaya dalam suatu konteks. Dalam hal ini peneliti menggali suatu fenomena peningkatan partisipasi masyarakat Kota Padang dalam Pilkada tahun 2018, serta mengumpulkan data secara rinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu.

Penelitian ini fokus melihat proses diseminasi Pilkada yang dilakukan oleh KPU Kota Padang dalam meningkatkan partisipasi pemilih, maka penelitian ini menggunakan 3 strategi analisis data, (1) pengumpulan kategori, yaitu peneliti mencari suatu kumpulan dari contoh-contoh data dan menemukan makna yang relevan dengan isu yang peneliti teliti. (2) interpretasi langsung, yaitu peneliti melihat dari data yang sudah didapatkan dan menarik makna dari data tersebut tanpa mencari data-data lainnya. (3) membentuk pola, yaitu peneliti menunjukkan hubungan antara data-data yang ditemukan dengan topik permasalahan yang akan diteliti.

Terpenting sekali dalam suatu penelitian adalah paradigma. Yaitu, cara pandang untuk mengurai kompleksitas dunia nyata yang membentuk pola pikir seseorang sebagai titik tolak pandangannya, sehingga akan membentuk citra subjektif mengenai realita. Paradigma dalam penelitian ini adalah post-positivisme, karena hakikat untuk melihat sebuah realitas dapat dipelajari dengan bebas nilai. Peneliti ikut terlibat untuk memahami makna subjektif dari pelaku. Penelitian ini dilakukan di kota padang dengan rentang waktu 2-3 bulan. Pengumpulan data dalam penelitian studi kasus ini adalah wawancara mendalam dan dokumentasi.

D. Hasil

Analisis Kegiatan Diseminasi Informasi yang Dilakukan oleh KPU Kota Padang dalam Rangka Meningkatkan Partisipasi Pemilih pada Pilkada 2018 di Kota Padang.

Diseminasi pemilu erat kaitannya dengan pendidikan politik yang akan mempengaruhi sikap dan orientasi politik pada anggota masyarakat, melalui sosialisasi yang dilakukan baik secara formal maupun informal dan adanya pengalaman tentang pemilu yang sudah dilalui ataupun yang belum pernah terlibat dalam pemilu, namun ketika hal itu dapat dipahami dengan proses belajar dan diseminasi yang dilakukan secara masif, hendaknya masyarakat memiliki kesadaran yang tinggi untuk berpartisipasi aktif dalam menggunakan hak pilihnya saat pemilu dilaksanakan. Perlu diingat juga bahwa, meskipun harapan demokrasi dengan tujuan supaya pemilu dapat berjalan dengan baik, dan semua itu belum terwujud sebagaimana dengan apa yang telah diharapkan, masyarakat tetap harus memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pemilu. Sadar betapa pentingnya ikut menentukan pilihan, dan tidak memiliki keraguan ketika telah memutuskan untuk ikut berpartisipasi dalam pemilu. Dengan cara seperti ini, diseminasi pemilu dapat memberikan hasil yang sangat memuaskan bagi perkembangan demokrasi, terutama bagi penyelenggara pemilu itu sendiri.

Dalam melaksanakan kegiatan diseminasi yang diterapkan oleh KPU Kota Padang, terdapat beberapa elemen penting diseminasi pemilih, yaitu jenis-jenis diseminasi dan sasaran diseminasi dan, kedua elemen ini berguna untuk

meningkatkan partisipasi pemilih pada Pilkada tahun 2018.

Berdasarkan Jenis Diseminasi

Berdasarkan jenis diseminasi, terdapat 2 jenis diseminasi yang dilakukan oleh KPU Kota Padang dalam meningkatkan partisipasi pemilih, yaitu diseminasi formal, dan diseminasi informal. Diseminasi formal yaitu diseminasi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga berwenang seperti instansi kementerian atau lembaga yang dibentuk menurut undang-undang dan peraturan yang berlaku. Dalam hal ini KPU Kota Padang melakukan diseminasi dan pendidikan pemilih kepada sekolah-sekolah di Kota Padang, dalam kesempatan kali ini, KPU Kota Padang menandatangani MoU bersama MAN 2 Kota Padang dalam rangka kerja sama berbagai agenda pendidikan Pemilih. Setelah penandatanganan MoU bersama KPU Kota Padang, kedua belah pihak berharap, sekolah-sekolah yang ada di Kota Padang dapat menjadi percontohan untuk tingkat pemilih pemula sebagai contoh supaya berkontribusi dalam Pilkada Kota Padang.

Sedangkan diseminasi informal yaitu diseminasi yang bersifat kekeluargaan, pertemanan dan biasanya lebih sering dilakukan berdasarkan pergaulan masyarakat yang biasanya sangat dipengaruhi oleh kearifan lokal atau budaya yang berlaku di tengah masyarakat setempat. Dalam hal ini KPU Kota Padang pada hari Jum'at (16/03/2018) menghadiri acara shalawat dulang yang diselenggarakan oleh masyarakat Kampung Tanjung Kecamatan Kuranji. Kegiatan tersebut dihadiri oleh Komisioner KPU Kota Padang dan Kasubag Teknis KPU Kota Padang.

Foto 1: KPU Kota Padang Hadiri Shalawat Dulang



Sumber: KPU Kota Padang. 2018

Kegiatan shalawat dulang yang diselenggarakan oleh masyarakat Kampung Tanjung Kecamatan Kuranji ini merupakan momentum bagi KPU Kota Padang untuk memberikan pendidikan pemilih melalui diseminasi bersama forum warga. Kegiatan shalawat dulang merupakan tradisi seni budaya Minangkabau yang berupa penyampaian pesan-pesan melalui lagu yang diiringi dengan alat gendang yang peminatnya dominan orang tua dan muda yang memiliki hak pilih dalam pemilu.

Berdasarkan Sasaran Diseminasi

Sasaran utama kegiatan diseminasi adalah masyarakat Kota Padang yang telah terdaftar sebagai pemilih tetap. Untuk lebih jelasnya sasaran diseminasi ini difokuskan pada kelompok masyarakat yang ada di Kota Padang seperti: sekolah/pemilih pemula, kelompok perempuan dan marjinal yang ada di Kota Padang, dan kelompok penyandang disabilitas. Kelompok pemilih pemula merupakan pemilih yang pertama kali menggunakan hak pilih dalam pemilu, sesuai dengan ketentuan undang-undang pemilu, bahwa salah satu syarat menjadi pemilih adalah sudah berumur 17 tahun atau sudah menikah dan memiliki kartu identitas kependudukan. Adapun usia pemilih pemula ini berada pada usia 17 tahun, pada usia ini biasanya pemilih sudah menduduki bangku sekolah menengah atas atau SLTA/ sederaja. KPU Kota Padang melakukan kegiatan diseminasi untuk masyarakat Kota Padang khususnya untuk pemilih pemula. Kali ini KPU Kota Padang melaksanakan kegiatan diseminasi bersama dengan siswa-siswi SMAN 12 Padang. Dalam kegiatan tersebut, para peserta diajak untuk memahami esensi dari potensi besar suara pemilih muda dan muda dalam proses demokrasi.

Foto 2: Diseminasi Pemilih Pemula



Sumber: KPU Kota Padang. 2018

Selanjutnya adalah kelompok perempuan dan marjinal, kelompok ini merupakan kelompok masyarakat yang telah ada sejak lama, dan kepengurusannya juga ada sampai di tingkat kelurahan. Untuk Kota Padang, kelompok perempuan dan marjinal ini memiliki jumlah yang cukup banyak, sehingga KPU Kota Padang mencoba untuk menyikapinya dengan cara melakukan kerjasama melalui MoU sebagai perpanjangan tangan KPU Kota Padang dalam melakukan komunikasi tentang pemilu kepada masyarakat potensial untuk memilih. Beberapa hal-hal penting dalam pemilihan yang akan diselenggarakan pada tanggal 27 Juni 2018 adalah akan pentingnya menggunakan hak pilih dalam menentukan masa depan Kota Padang Kedepannya. Serta memberikan diseminasi berupa simulasi kepada peserta yang hadir bagaimana cara menyoblos pada penyelenggaraan pemilu nanti agar surat suara yang kita gunakan sah dan tidak salah dalam melakukan tatacara menyoblos surat suara. Tujuan dari diseminasi ini adalah karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui cara mencoblos yang benar, sehingga perlu untuk didiseminasikan.

Foto 3: Diseminasi Kelompok Perempuan dan Marjinal



Sumber: KPU Kota Padang. 2018

Sasaran terakhir adalah kelompok penyandang disabilitas, yaitu kelompok kemasyarakatan yang memiliki latar belakang khusus secara fisik dan harus diberikan bantuan secara khusus agar kerja-kerja dan hak-hak mereka dapat terpenuhi sebagaimana masyarakat normal lainnya. KPU Kota Padang juga mencoba melakukan kerjasama melalui MoU sebagai perpanjangan tangan KPU Kota Padang dalam melakukan komunikasi tentang pemilu kepada kelompok masyarakat tersebut. Tujuannya supaya informasi Pilkada dapat diketahui oleh seluruh lapisan masyarakat. Penyandang disabilitas juga diberikan pengetahuan

tentang tahapan-tahapan penyelenggaraan Pilkada Padang. Para penyandang disabilitas juga berharap kepada KPU Kota Padang pada saat pemilihan nanti mereka mendapat fasilitas untuk memilih dan juga berharap ikut serta dalam menggunakan hak pilih mereka.

Foto 4: Diseminasi Kelompok Disabilitas



Sumber: KPU Kota Padang. 2018

E. Pembahasan

Analisis Model Komunikasi yang Dilakukan oleh KPU Kota Padang dalam Rangka Meningkatkan Partisipasi Pemilih pada Pemilihan Kepala Daerah tahun 2018 di Kota Padang.

Pelaksanaan diseminasi yang dilakukan KPU Kota Padang mengacu pada empat model komunikasi yang dikemukakan oleh Grunigt dan Hunt yang dikenal juga sebagai *Exellence Theory*, adalah model komunikasi organisasi bermedia dan tatap muka yang menekankan pentingnya dialog antara organisasi dengan publiknya, sehingga timbul suatu pemahaman yang sama akan cita-cita organisasi terhadap publiknya dan harapan masyarakat terhadap organsiasi dapat tersalurkan dengan baik. Terdapat empat metode pelayanan informasi untuk memberikan informasi yang baik kepada masyarakat (*well Inform*) yaitu:

1. Press Agentry

Merupakan suatu model kehumasan yang bertujuan untuk menjalin komunikasi yang sifatnya searah. Dalam hal ini KPU Kota Padang sebagai lembaga penyelenggara pemilu bertugas untuk memberikan informasi kepemiluan terhadap masyarakat Kota Padang yang dilakukan dengan menggunakan media luar ruang seperti (Baliho dan Spanduk) yang berisi

informasi tentang pelaksanaan pemilu. Melalui baliho dan spanduk yang di pasang di lima titik berbeda, akan berisi ajakan untuk berpartisipasi dalam mensukseskan pilkada kota padang tahun 2018. Diseminasi pemilu bertujuan untuk memberikan informasi tentang kepemiluan serta melakukan pendidikan politik terutama pendidikan demokrasi, karena Indonesia merupakan negara demokrasi yang telah melaksanakan pemilu semenjak tahun 1955. Sejarah panjang pemilu di Indonesia merupakan perwujudan demokrasi yang telah dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Dalam mensukseskan pemilihan kepala daerah secara langsung di Kota Padang, KPU sebagai penyelenggara pemilu tentunya perlu melakukan edukasi dan persuasi secara terus menerus kepada masyarakat terkait pentingnya menggunakan hak pilih dalam pemilu melalui poster, baliho, dan spanduk-spanduk.

Untuk merealisasikan tujuan KPU Kota Padang agar masyarakat memiliki kesadaran dan kepedulian yang tinggi terhadap pelaksanaan pemilu yang akan melibatkan masyarakat secara langsung maka dirancanglah kegiatan sosialisasi pemilu sebagai salah satu bentuk edukasi politik secara berkelanjutan. Diseminasi pemilu melalui spanduk, baliho, dan poster merupakan bentuk komunikasi eksternal yang dilakukan oleh KPU Kota Padang dalam rangka membina hubungan yang baik dengan masyarakat untuk mencapai tujuan KPU Kota Padang.

Foto 5: KPU Kota Padang Pasang Baliho Di 5 Titik Berbeda



Sumber: KPU Kota Padang. 2018

2. *Public information*

Merupakan suatu model komunikasi satu arah, dimana organisasi berperan sebagai pembicara, bukan untuk mendengarkan, tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada publik tentang pelaksanaan Pilkada, khususnya Pilkada Kota Padang. Dimana pesan tentang pemilu lebih ditekankan untuk membangun kepercayaan publik melalui komunikasi satu arah. KPU Kota Padang menggelar rapat koordinasi tentang daftar pemuthairan daftar pemilih sementara untuk menuju pada daftar pemilih tetap (DPT). Pelaksanaan rapat koordinasi yang dilaksanakan bertujuan sebagai bentuk pengelolaan daftar pemilih sementara dan untuk melakukan perbaikan-perbaikan dan mempersiapkan mekanis dan segala sesuatu yang diperlukan sebelum dilakukan daftar pemilih tetap. Dengan adanya informasi yang disampaikan secara berkala oleh KPU Kota Padang, diharapkan tidak ada lagi masyarakat yang tidak terdaftar sebagai pemilih, karena daftar pemilih yang akurat merupakan cerminan pemilu yang bermartabat karena tidak ada lagi masyarakat yang tidak berhak menggunakan hak suara.

Foto 6: KPU Kota Padang Tetapkan DPT



Sumber: KPU Kota Padang, 2018

3. *Two way asymmetric*

Merupakan suatu model komunikasi organisasi yang mengarahkan masyarakat untuk mempengaruhi publik dan beradaptasi dengan organisasi, dalam hal ini komunikasi yang dilakukan lebih melihat kepentingan organisasi ketimbang memperhatikan apa yang diinginkan oleh publik. *Two way asymmetric* adalah bentuk kegiatan sosialisasi yang dilakukan dengan sistem ceramah baik formal ataupun tidak formal, model sosialisasi ini sedikit

sekali mengharapkan umpan balik dari komunikan karena dalam sosialisasi seperti ini KPU Kota Padang lebih menekankan kepada masyarakat akan pentingnya menggunakan hak pilih di TPS 27 juni memilih calon kepala daerah.

KPU Kota Padang menyelenggarakan penandatanganan MOU bersama dengan MUI, Komunitas Jurnalis Muda Sumatera Barat dan Karang Taruna Kota Padang. Penandatanganan MOU yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang ini dalam rangka pelaksanaan diseminasi pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Padang Tahun 2018. Kerjasama KPU Kota Padang dengan instansi terkait dan organisasi yang ada di Kota Padang, diharapkan dapat membantu KPU Kota Padang dalam memberikan pemahaman akan pentingnya peran masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya dalam Pilkada Kota Padang tahun 2018. Sehingga kepercayaan terhadap pemerintah dapat meningkat, dan roda pemerintahan dapat berjalan dengan baik serta taraf kehidupan dapat ditingkatkan ke arah yang lebih baik lagi.

Foto 7: KPU Kota Padang Tandatangani Nota Kesepahaman



Sumber: KPU Kota Padang. 2018

4. *Two way symmetric*

Merupakan pola komunikasi dua arah, artinya bentuk komunikasi yang ideal yang dapat dilakukan oleh organisasi kepada masyarakat (komunikan) yang menjadi sasaran utama dari program yang ingin dilaksanakan oleh pemerintah, komunikasi dua arah ini tidak hanya mementingkan keinginan organisasi saja, melainkan juga mendengarkan aspirasi masyarakat terhadap

Jurnal Darussalam; Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam
Vol. XI, No 1:76-94. September 2019. ISSN: 1978-4767 (Cetak), ISSN: 2549-4171(Online)
Terakreditasi Nasional. SK. No.21/E/KPT/2018

organsiasi pemerinah yang berkaitan dengan realisasi program yang sasarannya adalah masyarakat. Pelaksanaan kegiatan dengan komunikasi dua arah, yang dilakukan oleh KPU kota Padang terjadi tanya jawab antara audien dan KPU, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Model komunikasi ini dilakukan untuk mempersuasif masyarakat tentang pentingnya pemilu, dan mengedukasi masyarakat tentang keberlangsungan pemerintah dan masyarakat.

Model komunikasi dua arah ini lebih mengutamakan adanya dialog antara organsiasi dengan masyarakatnya, dalam hal ini pemerintah tidak hanya berkepentingan untuk mempersuasi masyarakat untuk mensukseskan Pilkada Kota Padang tahun 2018 saja, melainkan juga sebagai pendengar aspirasi masyarakat terkait pelaskanaan pemilu, apakah itu dalam bentuk kritik, saran dan dukungan terhadap KPU yang perlu menjadi perhatian untuk penyelenggaraan Pilkada kedepan khususnya di Kota Padang. Seperti mengadakan diseminasi simulasi pemungutan suara bagi tuna netra, diseminasi bersama kelompok petani dan nelayan, dan diseminasi bersama forum OSIS yang ada di Kota Padang.

Foto 8: KPU Gelar Diseminasi dengan Kelompok Petani dan Nelayan



Sumber: KPU Kota Padang. 2018

F. Kesimpulan

Mengacu pada empat model komunikasi yang dikemukakan oleh Grunig tentang model komunikasi kehumasan yang dilakukan pada masyarakat, maka dalam penelitian proses diseminasi informasi tentang Pemilihan Umum Kota Padang tahun 2018 dalam rangka untuk meningkatkan partisipasi pemilih dapat

disimpulkan bahwa implementasi model *Press Agency* ini dalam diseminasi Pemilihan kepala daerah tahun 2018 di Kota Padang diwujudkan dalam bentuk pesan yang dibuat dalam spanduk, *leaflet*, *booklet* dan baliho yang berisi ajakan dan pesan kepemiluan. Sedangkan hal-hal yang berkaitan dengan informasi publik diwujudkan dalam suatu kerjasama antara KPU dan media di Kota Padang untuk memproduksi iklan layanan masyarakat yang berisi informasi untuk mencermati tahapan pemilu yang sedang berlangsung, seperti iklan untuk mencermati DCT atau DPT dan himbauan untuk memperhatikan apakah sudah terdaftar sebagai pemilih. Serta dalam menjalankan peran kehumasan, agar tersebar informasi mengenai pemilu kepala daerah di masyarakat, maka komunikasi dua arah adalah salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh KPU Kota Padang dalam bentuk *Talkshow* baik melalui media ataupun melalui tatap muka. Metode tatap muka dilakukan dalam suatu acara diseminasi baik formal ataupun informal untuk mengajak masyarakat agar mau menggunakan hak pilihnya dalam Pemilihan wali Kota Padang tahun 2018, sehingga angka partisipasi politik masyarakat Kota Padang menjadi meningkat.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Razali. 2005. *Pelaksanaan Otonomi Luas dengan Pemilihan Kepala Daerah Secara Langsung*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Anoraga, Pandji. 2003. *Psikologi Kepemimpinan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Berger, Peter L. Dan Luckmann, Thomas. 2012. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan*. Jakarta: LP3S.
- Bismar Arianto. 2011. Analisis Masyarakat Tidak Memilih dalam Pemilu. *Jurnal Ilmu Politik dan Ilmu Pemerintahan* Vol. 1, No. 1.
- Cangara, Hafied M. 2011. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. PT Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Creswell, John W. 2009. *Research and Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Efendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. PT Remaja Bandung: Yosdakarya.
- Firdaus. 2013. Parade Iklan Politik di Tahun Politik. *Journal Penelitian dan Pengabdian* Vol. 01. Hlm. 81-94.
- Gaffar, Affan. 2005. *Politik Indonesia, Transisi Menuju Demokrasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Giorgia Bulli. 2013. Electoral Campaigning In The Italian 2013 Elections Innovation and Tradition.” *Jurnal Romanian Political Science* Vol. XIII.

- Hikmat, Mahi. 2011. *Komunikasi Politik: Teori dan Praktek*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Hasan, Widya. 2018. *Pola Komunikasi Komisi Pemilihan Umum dalam Pelaksanaan Sosialisasi Pemilu untuk Meningkatkan Partisipasi Pemilih*. Padang: Tesis pada Program Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas.
- Komisi Pemilihan Umum Kota Padang. 2018.
- M. Yusuf. 2010. Peran Komisi Pemilihan Umum dalam Pendidikan Politik. *Jurnal GaneÇ Swara* Vol. 4 No.1. Hlm. 44-50
- Moleong. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Mukarom, Zaenal. 2016. *Komunikasi Politik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mulyana, Dedy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- , 2004. *Komunikasi Efektif, Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni. 2009. *komunikasi organisasi*. Jakarta: Bumi aksara.
- Nimmo, Dan. 2000. *Komunikasi Politik (Khalayak dan efek)*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. Wayne. 2006. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Rosda karya.
- Rafika Julia. 2014. Strategi Komisi Pemilihan Umum Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Pemilu 2014. *Jurnal Jom FISIP*. Vol. 1 No. 2.
- Robbins, Stephen P. 2015. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ruben, Brent D. 2013. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sanit, Arbi. 1997. *Partai, Pemilu dan Demokrasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Schroder, Peter. 2004. *Strategi Politik*. Jakarta: Friedrich-Nauman-Stiftung.
- Siagian, Sondang. 2004. *Teori Motivasi dan Apslikasinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Subiakto, Henry. 2012. *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suparman Marzuki. 2008. Peran Komisi Pemilihan Umum Dan Pengawas Pemilu Untuk Pemilu Yang Demokratis. *Jurnal Hukum* Vol. No. 03 15
- Suparman Marzuki. 2015. Role of Political Talk Shows in Creating Political Awareness among Pakistani Youth: A Case Study of General Elections 2013. *Jurnal Pertanika J. Soc. Sci. & Hum.* 23 (2).
- Supriady B, Deddy. 2003. *Otonomi Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Uchjana, Onong. 2006. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Undang-Undang RI *Tentang Pemerintah Daerah*. Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014. Biro Hukum Dan HAM. Sekretariat Daerah Sumatera Barat.
- Widjaja, Haw. 2005. *Penyelenggaraan Otonomi Di Indonesia*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.